

crescimento estimulado em algum momento por investimentos públicos, algumas políticas de incentivos fiscais, entre outras. Foi o que ocorreu com o Vetor Oeste nas décadas de 40, 50 e 60 do século passado e é o que ocorre atualmente no Vetor Norte (COSTA, 1994). É necessário que as administrações municipais tenham consciência dessa expansão e consigam através do planejamento urbano o desenvolvimento de seus municípios, mas de forma ordenada, para que suas periferias sejam sempre planejadas, dotadas de todos os equipamentos necessários à população para que possam morar de forma digna.

Referências bibliográficas

COSTA, Heloísa Soares de Moura. Habitação e Produção do Espaço em Belo Horizonte. In: MONTE-MÓR, Roberto Luiz (coord.). **Belo Horizonte: espaços e tempos em construção**. Belo Horizonte: PBH/CEDEPLAR. 1994. P. 51-77.

ROLNIK, Raquel. É possível uma política urbana contra a exclusão? **Revista Serviço Social e Sociedade**, São Paulo, n.72, p. 53-61, 2002.

SANTOS, M., SOUZA, Maria Adélia A. de; SILVEIRA, Maria Laura. **Território: Globalização e Fragmentação**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

SINGER, Paul. O Uso do solo urbano na economia capitalista. In: MARICATO, Ermínia. **A produção capitalista da casa (e da cidade) no Brasil industrial**. São Paulo: Editora Alfa-Omega, 1979.

CENTRO DE CIDADE E CULTURA: A PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO ATRAVÉS DOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS

Francis Pedroso

francis.pedroso@ige.unicamp.br

francispedroso@puc-campinas.edu.br

PUC-Campinas / Instituto de Geociências - Unicamp

Palavras-chave: centro de cidade, produção do espaço, cultura, requalificação urbana.

Este pequeno ensaio pretende servir como subsídio teórico para uma pesquisa que tem por objetivo estudar a produção do espaço urbano, tendo como recorte principal o centro da cidade e sua interação espacial com a cultura, que atua como um agente da promoção dos lugares, da requalificação e valorização espacial.

A cultura se manifesta de forma física no território, que se transforma, se qualifica e requalifica para receber as diversas formas da cultura que pode estar presente em espaços públicos, por meio da arte, pela arquitetura ou pela presença de equipamentos públicos e privados, tais como cinemas, teatros, galerias de arte, museus, entre outros.

O centro da cidade e a cultura significam mais do que uma manifestação do conhecimento, das crenças, da arte ou dos costumes de um povo; significam uma expressão territorial da interação social, do lazer, das festas e, por muitas vezes, a presença material ou imaterial da cultura em espaços públicos significa uma democratização do Centro da Cidade.

Também se observa que a cultura e seus equipamentos, tanto em espaços públicos quanto privados, atraem moradores e turistas; movimentam o mercado imobiliário e; ainda trazem consigo uma série de equipamentos complementares (hotéis, restaurantes, cafés etc.); e de serviços (como o transporte público). Sendo que uma das hipóteses do estudo é de que, na atualidade, a cultura é umas das formas de promover a requalificação do centro da cidade.

Tomamos por hipótese que a presença da cultura no centro da cidade (eventos culturais, tais como *shows*, danças típicas, mostras de arte, entre outros) e de equipamentos culturais (como teatros, museus, galerias de arte, livrarias etc.) promovem de certa forma a requalificação destas áreas. Pois a cultura proporciona a produção espacial por meio da profunda transformação do espaço e da intensa circulação de pessoas, bens e serviços, que valoriza essas áreas que desde a segunda metade do século XX vêm sendo

desvalorizadas pelos processos derivados da desconcentração espacial, principalmente dos capitais financeiros e industriais.

Podemos justificar a presença de grande parte dos equipamentos culturais nos centros de cidade pelas origens históricas dos centros que estão relacionados quase sempre com os primórdios da cidade e a concentração espacial de infra-estruturas nestes espaços.

Lefebvre (1969, pp. 47-49) afirma que os centros tradicionais resistem e se transformam, não só por suas qualidades estéticas ou arquitetônicas, mas também pelo intenso espaço de vida urbana, de lugar do habitar, viver, morar, se manifestar, festejar a (na) cidade.

Analisando Lefebvre, o duplo papel “lugar de consumo e consumo do lugar” é possível quando este lugar não é somente do “habitat”, mas também permite ao seu cidadão o “habitar”, que ocorre quando a cidade não é apenas para a reprodução básica social, mas permite a reprodução criativa do homem (do lazer, da cultura, da festa etc.).

Existem diversos estudos acerca da requalificação espacial dos centros da cidade a partir da promoção de retorno ao centro, dos moradores, dos escritórios e principalmente do comércio, por meio do incentivo à reforma de prédios históricos e sua ocupação, promoção dos incentivos fiscais no

uso e ocupação destas áreas etc. Sabe-se há tempos que as atividades culturais são formas de promover lugares, de atrair pessoas, entretanto devemos dar um especial destaque ao quanto a cultura e os equipamentos culturais são participativos na produção do espaço urbano e no oferecimento de múltiplas formas e possibilidades no processo de requalificação do centro da cidade.

O uso da cultura pode acontecer de diversas formas: pode-se resgatar e/ou promover o imaterial, como os costumes de um povo, seu folclore como o Tango em Buenos Aires e a requalificação do bairro do Caminito (localizado no microcentro de Buenos Aires na Argentina) ou o Samba no Rio de Janeiro, que resgata a história do Rio e do bairro da Lapa, berço do samba; pode ser pelos caminhos que um grande escritor percorreu e viveu em determinada cidade; os costumes gastronômicos de um lugar; ou ainda a presença material da cultura, tal como na reforma de prédios históricos; a inauguração de um novo museu no centro da cidade; a manutenção e valorização dos cinemas e teatros localizados na área central; ou o incentivo à implantação de novos equipamentos culturais em prédios tombados.

Em conseqüência, ainda temos a implantação dos equipamentos complementares aos equipamentos culturais,

tais como bares, restaurantes, hotéis, entre outros, que irão atrair habitantes e visitantes, já que o lugar se torna uma localização dotada de vida e facilidades para o habitante, retomando as características que fazem do centro da cidade um espaço dotado de urbanidade.

Harvey (2005, p.229) afirma que não se pode negar que a cultura se transformou em algum gênero de mercadoria, mas que há a crença de que algo muito especial envolve os produtos e os eventos culturais (artes plásticas, teatro, música, cinema, arquitetura, ou em modos localizados de vida, no patrimônio, nas memórias coletivas e nas comunhões afetivas). Esse algo especial é o que faz com que coloquemos a cultura à parte das mercadorias convencionais, pois talvez consigamos pensar que a cultura, seus produtos e eventos estão num plano mais elevado da criatividade e do sentido humano, diferente do plano das fábricas. Porém, a relação entre cultura e capital é evidente e requer cuidado em sua análise.

Pode-se concluir que as particularidades e singularidades de uma cultura serão determinantes para que esta seja especial, diferenciada da cultura de outro lugar, e que torna este lugar único em relação aos outros. Porém, Harvey (2005, p.229) afirma que item algum pode ser tão único que não possa ser calculado monetariamente. A homogeneidade

provocada pela transformação da cultura em *commodities* proporciona as vantagens monopolistas, mas para a renda monopolista se materializar, é preciso encontrar algum modo de conservar únicos e particulares as mercadorias ou os lugares.

Harvey vai além, tratando do empreendedorismo urbano, que define como o meio empregado pela cultura que a faz ser atuante da produção e transformação do espaço urbano aqui tratado.

Por empreendedorismo urbano, entendo o padrão de conduta na governança urbana que combina poderes estatais (local, metropolitano, regional, nacional ou supranacional), diversas formas organizacionais da sociedade civil (câmaras de comércio, sindicatos, igrejas, instituições educacionais, e de pesquisa, grupos comunitários, ONGs etc.) e interesses privados (empresariais e individuais), formando coalizões para fomentar ou administrar o desenvolvimento urbano/ regional de um tipo ou outro (HARVEY, 2005, p. 230).

Pelas palavras de Harvey compreendemos como a gestão pública já percebeu o papel da cultura e se apropriou desta através da promoção cultural por meio do empreendedorismo urbano.

Segundo Coelho (2008, p.66), o modo de produção tradicional baseia-se no modelo de sociedade que tem a economia no centro de tudo, com as demais esferas em órbitas mais ou menos distantes do centro, e hoje tem-se a cultura

como uma propulsora da administração pública e da vida social “[...] a partir do momento em que a política cultural assumiu contornos claros e existência própria, legal e como disciplina do conhecimento” (COELHO, 2008, p. 64).

Podemos sugerir que atualmente a cultura está integrada à construção da cidade:

Cultura também é, como sugere Néstor Canclini, cidadãos organizados em rede e participando daquilo que é oferecido. Cultura é uma cidade arquitetonicamente sugestiva, que saiba harmonizar as necessidades evidentes de preservação do patrimônio com a acolhida do novo indispensável à vitalização do imaginário (COELHO, 2008, p. 66).

Sabe-se que as cidades do mundo inteiro têm suas preocupações, seus desafios, não só com relação ao centro da cidade, mas também com sua totalidade urbana. Também se sabe hoje que 80% da população mundial vive em cidades, portanto ela é o lugar onde a maioria das pessoas nasce, vive e morre, é o lugar onde se gera capital e é o lugar onde também nasce, vive e morre toda a esfera cultural do ser humano. A cultura é inerente ao cotidiano.

Portanto, compreende-se que a cidade é inevitável! É uma necessidade, ela não deixa de existir no nosso atual modo de produção. Sabemos que os anseios primeiramente demonstrados por Henry Lefebvre, Milton Santos e Jane Jacobs, propostos durante as décadas de 1960 e 1970 com

relação ao “Direito à Cidade”, ainda não são realidade para a maioria das pessoas.

A cultura para muitos é uma necessidade secundária do homem, porém é ela que torna a cidade e a vida humana diferente de outros animais. Não só sobrevivemos, mas vivemos e deixamos nossa cultura de herança, de informação, de elo de ligação entre gerações.

Referências bibliográficas

COELHO, Teixeira (org.). **A Cultura pela Cidade**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

HARVEY, David. **A Condição Pós-Moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1992.

HARVEY, David. **A Produção Capitalista do Espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. Trad. Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 1969.